

TARGET COSTING UNTUK PRODUK ALMARI PADA UD MULYA

Ryan Revianto Adinegara
Endang Raino W.

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta: Jl. Babarsari 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Target costing adalah metode penentuan biaya produksi atau jasa berdasarkan harga yang rela dibayar oleh konsumen. *Target costing* sering disebut *cost planning* atau *cost project* untuk mengurangi biaya produksi secara keseluruhan sepanjang daur hidup produk yang bersangkutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara perhitungan biaya produksi dengan metode *target costing* pada UD Mulya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitiann ini menunjukkan perhitungan biaya produksi menggunakan metode *target costing* melalui tiga tahap yaitu *allowable cost*, *drifting cost*, dan *value engineering*. Dengan menggunakan *value engineering* didapat bahwa *drifting cost* yang semula lebih besar dari *allowable cost* dapat menjadi lebih rendah tanpa mengurangi fungsi dan kualitas. Dengan menggunakan *target costing*, harga yang ditawarkan oleh UD Mulya dapat bersaing dengan pasar.

Kata kunci: *Target costing, allowable cost, drifting cost, dan value engineering*

I. Latar belakang

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha, setiap perusahaan berlomba untuk mampu memunculkan inovasi-inovasi baru agar dapat bersaing di pasar. Semakin ketatnya persaingan mengharuskan setiap perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan kebijakan dan strategi yang tepat.

UD Mulya adalah perusahaan yang menjual kayu jati dengan ukuran per meter kubik. Sebagai perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya, UD Mulya berencana untuk memproduksi furniture. Untuk itu, UD Mulya harus

memilih metode yang tepat dalam menentukan biaya produksi sehingga harga yang ditawarkan dapat menarik dan memuaskan para konsumen.

Suatu alat atau metode yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan menggunakan metode *target costing*. *Target costing* sangat sesuai karena meningkatnya persaingan dan penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan. Kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. *Target costing* diperlukan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya (*cost reduction*), yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

Target costing dapat digunakan untuk menentukan biaya produksi maksimal yang ditanggung oleh perusahaan. Metode ini dilakukan dengan upaya *cost reduction* pada semua biaya yang berhubungan dengan produk sebelum produk diproduksi. Upaya *cost reduction* yang dilakukan tidak mengurangi nilai dari produk sehingga sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. *Target costing* dapat membantu perusahaan untuk menentukan biaya produksi maksimal yang harus dicapai perusahaan bila ingin menjual produk sesuai dengan harga yang telah ditargetkan sehingga perusahaan dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Pentingnya penerapan *target costing* bagi perusahaan mendorong penulis untuk mengajukan skripsi berjudul “***Target Costing untuk Produk Almari pada UD Mulya.***”

II. Rumusan Masalah

Bagaimana perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* pada UD Mulya?

III. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui cara perhitungan biaya produksi dengan metode *target costing* pada UD Mulya.

IV. Target Costing

4.1 Pengertian *Target costing*

Menurut Supriyono (2002), *target costing* adalah suatu sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk tertentu, perubahan modal secara penuh ataupun perubahan modal secara teratur. Hansen dan Mowen (2006) mendefinisikan *target costing* sebagai metode untuk menentukan biaya produk atau jasa berdasarkan harga (*target price*) yang rela dibayar oleh konsumen.

4.2 Konsep *Target costing*

Proses *target costing* tidak hanya sekedar menentukan target biaya, tetapi termasuk cara mencapai biaya dan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Proses *target costing* juga merupakan proses manajemen bisnis multifungsi yang dapat diterapkan melalui siklus hidup produk. Penerapan *target costing* juga memerlukan pemahaman dan implementasi praktik-praktik terbaik dalam proses tersebut, yang dapat diperoleh dengan cara benchmarking. Dalam proses tersebut juga diperlukan adanya pengembangan kerjasama yang baik dari berbagai divisi, perencanaan, dan koordinasi yang baik dalam internal perusahaan.

Menurut Tunggal (2001), terdapat empat kunci sukses yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen yang akan menggunakan *target costing*:

1. *Internal examination*
2. *External analysis*
3. *The process design*
4. *Performance evaluation*

4.3 Karakteristik *Target costing*

Target costing mempunyai karakteristik sebagai berikut (Supriyono, 2002):

1. *Target costing* ditetapkan dalam tahap pengembangan dan perencanaan. *Target costing* ini berbeda dari sistem pengendalian biaya standar yang diterapkan dalam tahap produksi.
2. *Target costing* bukan merupakan metode manajemen untuk pengendalian biaya dalam pemikiran tradisional, tetapi salah satu tujuannya adalah mengurangi biaya.

3. Dalam proses penentuan *target costing*, banyak metode ilmu manajemen yang digunakan, sebab tujuan manajerial penentuan *target costing* meliputi teknik-teknik pengembangan dan perencanaan produk.
4. Kerja sama banyak departemen diperlukan dalam melaksanakan *target costing*.
5. *Target costing* lebih sesuai dalam produksi produk ganda kecil daripada perusahaan memproduksi beberapa produk besar.

4.4 Perbedaan *Standard Costing* dan *Target Costing*

Standard costing dan *target costing* memang berhubungan dan mempunyai kesamaan satu sama lain. Namun, ternyata terdapat perbedaan yang amat mendasar. *Standard costing* adalah kalkulasi biaya yang membebankan objek biaya berdasarkan estimasi yang beralasan dan melalui tarif yang dianggarkan sesuai dengan biaya sesungguhnya. *Standard costing* dapat dibentuk tanpa ada campur tangan pihak eksternal, hanya berdasarkan pihak internal perusahaan saja. Dalam menentukan *target costing*, perusahaan harus memperhatikan analisis internal dan eksternal perusahaan.

Target costing secara konseptual berbeda dengan *standard costing*. *Standard costing* memiliki tujuan meminimalkan perbedaan antara biaya yang dibebankan dan biaya sesungguhnya pada tahap produksi. Pada *target costing*, selain meminimalkan perbedaan biaya sesungguhnya dengan yang dibebankan, perusahaan juga harus mempertimbangkan berbagai sudut pasar yang terdiri dari konsumen dan pesaing dalam rangka pengendalian biaya dan memenuhi laba yang diinginkan.

4.5 Langkah-Langkah *Target Costing*

Menurut Aprianty (2010), terdapat tiga langkah dalam menghitung *target costing*:

1. Menentukan *Allowable Cost*

Untuk melaksanakan *target costing*, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menetapkan *allowable cost*. *Allowable cost*

adalah jumlah biaya yang diperkenankan oleh perusahaan yang didapat dari selisih antara harga jual dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan.

$$\text{Allowable cost} = \text{Target Selling Price} - \text{Target Profit Margin}$$

2. Menentukan *Drifting Cost*

Setelah diketahui besarnya *allowable cost*, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menghitung *drifting cost*. *Drifting cost* adalah penjumlahan biaya bahan baku, biaya proses, dan biaya lain-lain yang diperkirakan akan terjadi untuk memproduksi produk yang bersangkutan. *Drifting cost* merupakan biaya yang diestimasi berdasarkan biaya produk yang sedang berjalan.

3. *Value Engineering*

Perekayasaan nilai (*value engineering*) merupakan suatu aktivitas yang diperlukan untuk menganalisa apakah komponen-komponen dalam suatu produk dapat dikurangi biayanya tanpa mengurangi fungsi atau kualitas produk yang bersangkutan. Perekayasaan nilai bertujuan untuk mengurangi jumlah *drifting cost* sampai dapat menyamai atau bahkan kurang dari *allowable cost*.

4.6 Penetapan Margin Laba

Penetapan target laba adalah fungsi yang menggabungkan perencanaan pada tingkat bisnis dengan perencanaan pada level produk. Pada level bisnis, penetapan target laba yaitu penentuan dengan mempertimbangkan komponen laba secara keseluruhan kemudian dimasukkan ke dalam produk mix dan perusahaan mulai memproduksi dan menentukan target labanya. Setelah itu, perencanaan yang dilakukan pada tingkat bisnis tersebut digabungkan dengan perencanaan laba pada produk tersebut.

Manajer produksi harus mempertimbangkan dan memproyeksikan seberapa besar pasar dari produk tersebut dan harga pasar yang ditawarkan oleh pesaing serta tingkat kompetisi harga pasar dari produk tersebut yang berguna untuk memproyeksikan volume penjualan produk yang akan diproduksi.

Kemudian menentukan target ROS (*Return on Sale*) pada perencanaan laba untuk memproyeksikan seberapa besar tingkat penjualan produk tersebut sesuai dengan perencanaan yang dilakukan pada tingkat produk.

V. Gambaran Umum Perusahaan

UD Mulia adalah perusahaan yang menjual kayu jati dengan ukuran per meter kubik. Perusahaan ini mulai berdiri sejak 1985, didirikan oleh Bapak Budi Sugiarto Martani. Perusahaan ini merupakan perusahaan perseorangan yang menggunakan modal pribadi yang beralamat di jalan Klenteng No. 42, Bandung. Jumlah total tenaga kerja yang ada pada UD Mulia adalah 11 orang yang terbagi berdasarkan bidang dan fungsinya sebagai berikut :

Pemilik	= 1 orang
Pegawai administrasi dan perijinan kayu	= 1 orang
Pengawa	= 1 orang
Tukang kayu	= 6 orang
Satpam	= 1 orang
Sopir pengantar pesanan barang	= 1 orang

UD Mulia mendapatkan pasokan kayu jati berasal dari Tempat Pelelangan Kayu (TPK) yang berada di wilayah Kendal, Blora, dan terkadang mengikuti lelang yang dilakukan oleh Perum Perhutani. Produk yang dijual adalah kayu jati dengan berbagai ukuran dan jenis dengan rincian sebagai berikut:

1. Jati jenis A2 dengan ukuran diameter 20cm – 29cm
2. Jati jenis A3 dengan ukuran diameter 30cm – 39cm
3. Jati jenis A4 dengan ukuran diameter lebih dari 40cm

VI. Analisis dan Pembahasan

a) Penentuan allowable cost

Allowable cost = harga jual – laba yang diinginkan perusahaan

$$= \text{Rp } 4.700.000,- - (25\% \times \text{Rp } 4.700.000,-)$$

$$= \text{Rp } 4.700.000,- - \text{Rp } 1.175.000,-$$

$$= \text{Rp } 3.525.000,-$$

b) Penentuan drifting cost

1.1.1 Biaya Produksi

Data mengenai biaya bahan baku UD Mulya dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1
Data Biaya Bahan Baku

Bahan Baku	Ukuran	Harga (Rp)	Kebutuhan	Jumlah Biaya (Rp)
Kayu jati	m ³	8.000.000,-	0,3 m ³	2.400.000,-
Formica	lembar	84.000,-	2 lembar	168.000,-
Triplek	lembar	132.900,-	1,5 lembar	199.350,-
Total				2.767.350,-

Sumber: Data sekunder UD Mulya (2014)

Data mengenai biaya tenaga kerja langsung UD Mulya dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2
Data Biaya Tenaga Kerja Langsung

Proses Produksi	Jumlah Tenaga Kerja	Gaji/JKL (Rp)	Waktu Pengerjaan	Biaya (Rp)
Pemotongan	3	5.000,-	6 jam	90.000,-
Perakitan	2	5.000,-	6 jam	60.000,-
Penyelesaian	1	5.000,-	3 jam	15.000,-
Total				165.000,-

Sumber: Data sekunder UD Mulya (2014)

$$\text{Upah tenaga kerja produksi} = \text{Rp } 1.000.000,- / (8 \text{ jam} \times 25 \text{ hari})$$

$$= \text{Rp } 1.000.000,- / 200 \text{ JKL}$$

$$= \text{Rp } 5.000,- / \text{JKL}$$

Data mengenai biaya *overhead* pabrik UD Mulya dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3
Data Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik	Biaya Per Bulan
BAHAN PENOLONG	
Paku	Rp 59.500,-
Cat Pelitur	Rp 250.000,-
Amplas	Rp 160.000,-
Knop Pintu	Rp 225.000,-
Lem Kayu Merk Firco 5 kg	Rp 90.000,-
Total	Rp 784.500,-
BIAYA TENAGA KERJA TIDAK LANGSUNG	
Gaji Supervisor	Rp 1.200.000,-
BIAYA PERAWATAN	
Perawatan Mesin	Rp 200.000,-
BIAYA BAHAN BAKAR	
Minyak solar	Rp 487.500,-
BIAYA UTILITIES	
Listrik	Rp 120.000,-
BIAYA DEPRESIASI	
Peralatan	Rp 343.750,-
Gedung	Rp 300.000,-
Total	Rp 643.750,-
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 3.235.750,-

Sumber: Data sekunder UD Mulya, 2014

- Depresiasi peralatan

Data mengenai biaya depresiasi peralatan UD mulya tahun 2014 dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4.4
Biaya Depresiasi Peralatan Tahun 2014

Peralatan	Harga Perolehan	Tahun Beli	Umur Ekonomis	Biaya Depresiasi
Gergaji mesin 1	Rp 30.000.000,-	2008	16 tahun	Rp 1.875.000,-
Gergaji mesin 2	Rp 36.000.000,-	2011	16 tahun	Rp 2.250.000,-

Sumber: Data diolah, 2014

$$\begin{aligned}\text{Biaya penyusutan per bulan gergaji mesin 1} &= \text{Rp } 1.875.000,- / 12 \\ &= \text{Rp } 156.250,-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Biaya depresiasi per bulan gergaji mesin 2} &= \text{Rp } 2.250.000,- / 12 \\ &= \text{Rp } 187.500,-\end{aligned}$$

- Depresiasi gedung

Data mengenai biaya depresiasi gedung UD Mulya tahun 2014 dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

Tabel 4.5
Biaya Depresiasi Gedung 2014

Gedung	Harga Perolehan (Rp)	Tahun Dibangun	Umur Ekonomis	Biaya Depresiasi (Rp)
Pabrik	72.000.000,-	1999	20 tahun	3.600.000,-

Sumber: Data diolah, 2014

$$\begin{aligned}\text{Biaya depresiasi per bulan} &= \text{Rp } 3.600.000,- / 12 \\ &= \text{Rp } 300.000,-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Biaya } \textit{Overhead} \text{ Pabrik per JKL} &= \text{Rp } 3.235.750,- / 200 \text{ JKL} \\ &= \text{Rp } 16.200,- / \text{JKL}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Total Biaya } \textit{Overhead} \text{ Pabrik per unit} &= \text{Rp } 16.200,- \times 15 \text{ JKL} \\ &= \text{Rp } 243.000,-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Total Biaya Produksi} &= \text{Biaya bahan baku} + \text{Biaya tenaga kerja langsung} + \text{BOP} \\ &= \text{Rp } 2.767.350,- + \text{Rp } 165.000,- + \text{Rp } 310.500,- \\ &= \text{Rp } 3.175.350,-\end{aligned}$$

1.1.2 Biaya Non Produksi

Tabel 4.6
Biaya non produksi

	Jumlah	Total (Rp)
Biaya Administrasi dan Umum		2.967.500
Gaji karyawan administrasi	1.200.000,-	
Gaji satpam	750.000,-	
Supplies kantor	150.000,-	
Depresiasi peralatan kantor	537.500,-	
Biaya telepon	150.000,-	
Biaya listrik	180.000,-	
Biaya Pemasaran dan Penjualan		2.545.200,-
Gaji Supir	1.000.000,-	
Biaya Bahan Bakar Kendaraan	400.000,-	
Depresiasi Kendaraan	9.05.200,-	
Iklan koran	240.000,-	
Total Biaya Non Produksi		Rp 5.512.700,-

Sumber: Data sekunder UD Mulya, 2014

- Depresiasi kendaraan

Data mengenai biaya depresiasi kendaraan UD Mulya tahun 2014

dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4.7
Biaya Depresiasi Kendaraan 2014

Kendaraan	Harga Perolehan (Rp)	Tahun Pembelian	Umur Ekonomis	Biaya Depresiasi (Rp)
Pick up	86.900.000,-	2009	8 tahun	10.862.500,-

Sumber: Data diolah, 2014

Biaya depresiasi per bulan = Rp 10.862.500,-/12

= Rp 905.200,-

Biaya non produksi per JKL = Rp 5.512.5700,-/200

= Rp 27.550,-

Biaya non produksi per unit = Rp 27.550,- x 15

= Rp 413.250,-

$$\begin{aligned}
 \text{Total Drifting Cost} &= \text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Non Produksi} \\
 &= \text{Rp } 3.175.350,- + \text{Rp } 413.250,- \\
 &= \text{Rp } 3.588.600,-
 \end{aligned}$$

a) Pembahasan *Target Costing*

Allowable cost maksimal yang akan ditanggung oleh perusahaan jika perusahaan ingin menjual almari jati dengan harga Rp 4.700.000,- dan laba sebesar 25% adalah Rp 3.525.000,-. Penetapan harga jual tersebut berdasarkan data harga dari para pesaing UD Mulya yang didapat dari survei sebelumnya yaitu di UD Agro Mulya, UD Jati Sari, Mitra Jati Enggal Mebel, dan Al Masta Putra Mebel. Hasil survei harga tersebut menunjukkan bahwa harga rata-rata produk almari jati sejenis adalah Rp 4.700.000,-.

Dari perhitungan yang dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa *drifting cost* perusahaan sebesar Rp 3.588.600,-. Biaya ini lebih besar daripada *allowable cost* yang seharusnya dicapai oleh perusahaan sebesar Rp 3.525.000,-. Untuk mengurangi jumlah *drifting cost* sampai dapat menyamai atau bahkan kurang dari *allowable cost*, penulis memberikan beberapa usulan *cost reduction* yang dapat dijadikan bahan pertimbangan manajemen perusahaan.

Tabel 4.8
Usulan Cost Reduction

Hasil Pengamatan	Usulan	Cost Reduction
Lem kayu merk Firco kemasan 5 kg dapat diganti dengan lem kayu merk Fox seharga Rp 7.000,-/kg.	Menggunakan lem merk Fox. Walaupun berbeda merk, kualitas lem tetap hampir sama dengan harga yang lebih murah. <u>Perbandingan biaya:</u> Firco 5 kg = Rp 90.000,- Fox Rp 7.000,- x 5 = Rp 35.000,-	Rp 90.000 – Rp 35.000 = Rp 55.000 Total biaya bahan baku penolong berkurang Rp 55.000,-.
Terlihat bahwa supervisor tidak bekerja secara maksimal. Supervisor hanya mengawasi tanpa melakukan hal lain sehingga lebih banyak menganggur.	Supervisor dihilangkan dan diganti dengan penunjukkan salah satu pegawai untuk menjalankan tugas supervisi dengan diberikan gaji tambahan dari gaji semula sebagai reward atas tugas supervisi yang dilakukannya.	Gaji supervisor Rp 1.200.000,- Tambahan gaji untuk ketua tim Rp 300.000,- Jadi penghematan Rp 1.200.000 – Rp 300.000 = Rp 900.000 Total biaya berkurang Rp 900.000,-
Iklan koran dilakukan dua kali dalam seminggu.	Iklan koran dilakukan satu kali seminggu dan pemasaran dibantu dengan memasang iklan di situs jual beli online. Biaya yang dikeluarkan: Rp 0,00	Biaya iklan Rp 30.000,- X 8 kali = Rp 240.000,- Menjadi biaya iklan Rp 30.000 X 4 kali = Rp 120.000,- Biaya berkurang Rp 120.000,-

Berdasarkan usulan cost reduction yang direkomendasikan oleh penulis, diperoleh total biaya sebagai berikut:

Tabel 4.9
Data Biaya Bahan Baku

Bahan Baku	Ukuran	Harga (Rp)	Kebutuhan	Jumlah Biaya (Rp)
Kayu jati	m ³	8.000.000,-	0,3 m ³	2.400.000,-
Formica	lembar	84.000,-	2 lembar	168.000,-
Triplek	lembar	132.900,-	1,5 lembar	199.350,-
Total				2.767.350,-

Sumber: Data sekunder UD Mulya (2014)

Tabel 4.10
Data Biaya Tenaga Kerja Langsung

Proses Produksi	Jumlah Tenaga Kerja	Gaji/JKL (Rp)	Waktu Pengerjaan	Biaya (Rp)
Pemotongan	3	5.000,-	6 jam	90.000,-
Perakitan	2	5.000,-	6 jam	60.000,-
Penyelesaian	1	5.000,-	3 jam	15.000,-
Total				165.000,-

Sumber: Data sekunder UD Mulya, 2014

Tabel 4.11
Data Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik	Biaya Per Bulan (Rp)
BAHAN PENOLONG	
Paku	59.500,-
Cat Pelitur	250.000,-
Amplas	160.000,-
Knop Pintu	225.000,-
Lem Kayu Merk Fox 5 kg	35.000,-
Total	729.500,-
BIAYA TENAGA KERJA TIDAK LANGSUNG	
Biaya tugas pengawasan	300.000,-
BIAYA PERAWATAN	
Perawatan mesin	200.000,-
BIAYA BAHAN BAKAR	
Minyak solar	487.500,-
BIAYA UTILITIES	

Listrik	120.000,-
BIAYA DEPRESIASI	
Peralatan	343.750,-
Gedung	300.000,-
Total	643.750,-
Total Biaya Overhead Pabrik	2.480.750,-

Sumber: Data sekunder UD Mulya, 2014

$$\begin{aligned}\text{Biaya Overhead Pabrik per JKL} &= \text{Rp } 2.480.750,-/200 \text{ JKL} \\ &= \text{Rp } 12.400,-/\text{JKL}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Total Biaya Overhead Pabrik per unit} &= \text{Rp } 12.400,- \times 15 \text{ JKL} \\ &= \text{Rp } 186.000,-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Total Biaya Produksi} &= \text{Biaya bahan baku} + \text{Biaya tenaga kerja langsung} + \text{BOP} \\ &= \text{Rp } 2.767.350,- + \text{Rp } 165.000,- + \text{Rp } 186.000,- \\ &= \text{Rp } 3.118.350,-\end{aligned}$$

Tabel 4.12
Biaya non produksi

	Jumlah	Total (Rp)
Biaya Administrasi dan Umum		2.967.500
Gaji karyawan administrasi	1.200.000,-	
Gaji satpam	750.000,-	
Supplies kantor	150.000,-	
Depresiasi peralatan kantor	537.500,-	
Biaya telepon	150.000,-	
Biaya listrik	180.000,-	
Biaya Pemasaran dan Penjualan		2.425.200,-
Gaji Supir	1.000.000,-	
Biaya Bahan Bakar Kendaraan	400.000,-	
Depresiasi Kendaraan	905.200,-	
Iklan koran	120.000,-	
Total Biaya Non Produksi		Rp 5.392.700,-

Sumber: Data sekunder UD Mulya, 2014

$$\begin{aligned}\text{Biaya non produksi per JKL} &= \text{Rp } 5.392.700,-/200 \\ &= \text{Rp } 26.950,-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Biaya non produksi per unit} &= \text{Rp } 26.950,- \times 15 \\ &= \text{Rp } 404.250,-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Total Biaya} &= \text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Non Produksi} \\ &= \text{Rp } 3.118.350,- + \text{Rp } 404.250,- \\ &= \text{Rp } 3.522.500,-\end{aligned}$$

Total biaya yang dikeluarkan perusahaan apabila menggunakan cara yang direkomendasikan oleh penulis adalah sebesar Rp 3.522.500,-. Biaya ini dibawah *allowable cost* yang harus dicapai oleh perusahaan. Dengan adanya perhitungan penetapan harga menggunakan *target costing* ini, penulis mengharapkan agar UD Mulya mampu mewujudkan rencananya mengembangkan usaha melalui produksi almari jati. UD Mulya harus mampu bersaing di pasaran dengan kualitas yang sesuai dengan ekspektasi konsumen dan mendapatkan pangsa pasar yang besar. Dengan demikian, UD Mulya mampu mendapatkan laba yang sesuai dengan yang diharapkan dan berkembang menjadi perusahaan yang sukses.

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

Perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* pada UD Mulya dilakukan dalam tiga tahapan yaitu menentukan *allowable cost*, *drifting cost*, dan *value engineering*. Diketahui harga dari pesaing di Bandung sebesar Rp 4.700.000,-. Harga tersebut merupakan *target price* perusahaan. Karena perusahaan menginginkan laba sebesar 25%, *allowable cost* yang dtanggung perusahaan adalah sebesar Rp 3.525.000,-.

Pada tahapan selanjutnya, diketahui *drifting cost* sebesar Rp 3.588.600,-. *Drifting cost* lebih besar daripada *allowable cost*, sehingga *drifting cost* harus dikurangi hingga menyamai atau kurang dari *allowable cost*. Terakhir melalui beberapa pengurangan biaya yang di usulkan oleh penulis, biaya dapat berkurang menjadi Rp 3.522.200,-. Biaya tersebut dibawah *allowable cost* yang harus dicapai oleh perusahaan. Dengan menggunakan *target costing*, harga yang ditawarkan oleh UD.Mulya dapat bersaing di pasaran.

Berdasarkan kesimpulan yang deperoleh, penulis menyarankan UD Mulya untuk menggunakan metode *target costing* dalam menentukan harga jual almari jatinya. Dalam perkembangan pasar dengan persaingan yang ketat, konsumen menjadi semakin pintar dalam membelanjakan uang yang dimiliki. Untuk memasuki pasar tersebut, orientasi utama perusahaan harus ditekankan pada harga yang rela dibayar oleh konsumen. Jika perusahaan menerapkan harga yang terlalu tinggi, konsumen memiliki banyak pilihan untuk membeli barang serupa dengan harga yang lebih murah. *Target costing* memberikan gambaran bagi perusahaan tentang harga dan biaya yang seharusnya ditetapkan oleh perusahaan agar berhasil dalam mengembangkan usahanya dengan memproduksi almari jati ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Atkinson, Anthony K., Kaplan, Robert S., Matsumuera, Ella Mae and Young, S Mark Pearson. 2007. *Management Accounting, 5th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Apriyanti. 2010. *Analisis Penerapan Target Costing untuk Pencapaian Target Pricing Sewa Kamar Hotel dalam Meningkatkan Efisisensi dan Memaksimalkan Laba*. Sripsi. Jakarta: STIE Perbanas
- Apriweni. 2006. *Target Costing dengan Efisiensi Biaya dan Laba*. Jakarta: IBII
- Blocher, J Edward, Chen, Kun H. Lin and Thomas W. 2000. *Manajemen Biaya dengan Tekanan Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Damayani. 2007. *Penerapan Target Costing dalam Sistem Pengendalian Biaya Produksi PT Indomobil Suzuki Internasional*. Skripsi. Jakarta: Universitas Kristen Krisda Wacana
- Hammer, Lawrence, Carter, William K., and Milton F. 1994. *Cost Accounting*. South Western Publishing Cincinnati
- Hansen, Don, R dan Mowen, Maryanne, M. 2006. *Managerial Accounting*. Australia: Thomson South Western
- Kottler, Philip and Amstrong, Gery. 2008. *Principle of Marketing*. Singapore: Pearson International Education
- Krismiaji. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 2. Yogyakarta: STIE YKPN
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Supriyono, R.A. 2002. *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Maju dan Globalisasi*. Yogyakarta: BPPE
- Supriyono, R.A. 2010. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta : BPFE
- Tunggal, Amin Widjaja. 2001. *Activity Based Costing*. Jakarta: Harvindo
- William, K. Carter dan Milton, F. Usry . 2004. *Akuntansi Biaya..* Jakarta : Salemba Empat
- Witjaksono. 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Graha Ilmu